

研究ノート

実験サイト「和歌山観光情報」におけるアクセス解析 —地域キーワード〈和歌山〉による検索からの訪問—

Access Log Analysis of Tourism Information Website: A Case of Visits by Keyword Search

田中 豪

Takeshi Tanaka

和歌山大学観光学部

キーワード：アクセスログ解析、キーワード検索、観光情報サイト

Key Words：Access log analysis, Keyword search, Tourism information website

Abstract：

Experimental website of Wakayama University: Wakayama Tourism Information was developed to instigate a variety of ways to gather information in order to understand the nature of visitor access, the basic unit of which is the access log. This paper describes an analysis of access by keyword search, which is the main accessing route to the website, using access logs. In keyword search, use of multiple keywords including regional place names is an effective tool to obtain tourist information. By specifying regional name and tourism related words (eg, “Wakayama temples”) as multiple keywords, we can effectively find target resources in the target region. The system is also suitable for digging and searching low visibility tourism resources, which can be beneficial for both inbound and outbound visits. Keyword search of the most often used word “Wakayama” is examined here.

1. はじめに

実験サイト「和歌山観光情報」では閲覧者のアクセス情報を把握するために種々の情報収集手段を用意している。今回はその中の基本的な手段であるアクセスログを基に、主要な訪問ルートであるキーワード検索からのアクセスを対象にした解析状況について述べる。

キーワード検索において、地域名を含むキーワードによる検索は観光資源情報を得るための検索として有効であり、特定の観光資源名ではなく、地域名と観光関連語（例えば、「和歌山 寺社」）をキーワードとして指定することにより、対象とする地域の対象とする観光資源を見つける手段である。これは認知度の低い観光資源を掘り起こすといった検索にも適しており、情報の受発信側双方においてメリットをもたらすものである。今回は指定の最も多い「和歌山」に関して解析する。

2. 解析諸元

解析は2010年4月1日より2011年2月20日までのアクセスログに基づくものである。

(1) 観光資源登録数

実験サイト「和歌山観光情報」における2011年2月20日時点での観光資源登録数は、和歌山県内30市町村からの観光資源で総数472件である（表1）。

表1 観光資源登録数

市町村名	登録数	市町村名	登録数	市町村名	登録数
伊都郡かつらぎ町	20	西牟婁郡すさみ町	12	日高郡印南町	4
伊都郡九度山町	21	西牟婁郡上富田町	4	日高郡日高川町	13
伊都郡高野町	55	西牟婁郡白浜町	18	日高郡日高町	5
海草郡紀美野町	18	田辺市	53	日高郡美浜町	12
海南市	16	東牟婁郡串本町	9	日高郡由良町	7
岩出市	15	東牟婁郡古座川町	18	有田郡広川町	6
紀の川市	7	東牟婁郡太地町	12	有田郡湯浅町	3
橋本市	8	東牟婁郡智勝浦町	15	有田郡有田川町	14
御坊市	12	東牟婁郡北山村	14	有田市	7
新宮市	17	日高郡みなべ町	7	和歌山市	50

(2) キーワード検索によるサイト訪問数

上記期間における閲覧者（ユニークビジター）数は3,671で、そのうちの2,879（78.4%）がキーワード検索からのサイト訪問となっている。残りは他サイトに掲載されているリンクを経

由した訪問およびブックマーク等からの直接訪問である。なお、リンク経由の場合のリンク元は和歌山大学観光学部のホームページが殆どとなっている。

検索エンジンはYahooとGoogleで大半が占められている(表2)。

表2 利用された検索エンジン

No.	検索エンジン	アクセス数	比率
1	Yahoo!	1,433	49.8%
2	Google	1,247	43.3%
3	bing	69	2.4%
4	BIGLOBE	53	1.8%
5	goo	41	1.4%
6	その他	36	1.3%
計		2,879	

(3) 地域キーワード「和歌山」からのサイト訪問数

上記期間において、地域キーワードのうち、キーワード中に「和歌山」を含む検索の総数は1,246で、キーワード検索中の43.3%を占めているが、幾つかの条件により集計し直した結果を表3に示す。

表3 「和歌山」を含むキーワード検索

条件	記 述	アクセス数
1	「和歌山」を含むキーワード検索を無条件抽出	1,246
2	条件1のうち、「和歌山大学」、「和歌山城」など、特定の固有名詞に含まれるものを除いたもの	1,048
3	条件2のうち、「和歌山県」を含むもの	222
4	条件2のうち、「和歌山市」を含むもの	144
5	条件2のうち、条件3、4を除いたもの	689
6	条件2のうち、条件4を除いたもの	904

地域キーワードとしての解析対象は条件2となる。条件3は広域(和歌山県内)、条件4はより狭い地域(和歌山市内)を対象としていることは明白であるが、条件5は両者の意味合いが含まれる。今回は、以下の観点に基づき、明確に「和歌山市」を指定しているものを除いた条件6(アクセス数904)を対象として解析を行う。

＜観点1＞広域(和歌山県内)を指定した地域キーワードの指定状況を調査する。

＜観点2＞「和歌山」というキーワードは、広域／地域の区別なく漠然とした指定であるが、少なくとも検索を和歌山県内に絞り込もうとする意図があるものとして扱う。

なお、「和歌山」に次いで指定の多かった地域名は「かつらぎ」で、以下、「岩出」、「白浜」、「有田」、「勝浦」、「湯浅」、「有田川」などが続いている。

3. 詳細解析

(1) 地域キーワードの分類

地域キーワードは地域名と観光関連語を組み合わせて指定される。ここでは観光関連語を表4のように分類する。

表4 観光関連語の分類

分類	観光関連語	内 容
1	観光	「観光」を含む語
2	地図関連	「地図」、「ルート」等を含む語
3	資源分類別	自然・景観
4		食・産物
5		寺社・文化・遺産
6		レジャー
7		宿・施設
8		イベント
9	観光資源名	固有の観光資源名
10	地域名	固有の地域名

(出所：筆者作成)

(2) 分類毎のアクセス数

分類毎のアクセス数を表5に示す。なお、観光関連語がさらに複数組み合わせ指定されている場合はそれらを重複して計上している。

表5 観光関連語の分類別指定数

分類	観光関連語	アクセス数	比率 (アクセス総数：904)
1	観光	88	9.7%
2	地図関連	142	15.7%
3	資源分類別	48	5.3%
4		49	5.4%
5		57	6.3%
6		80	8.8%
7		30	3.3%
8		12	1.3%
9	観光資源名	466	51.5%
10	地域名	144	15.9%

観光関連語として観光資源名(分類9)を直接指定しているケースが過半数を占めている。地域キーワードという形式ではなく、観光資源名を単独で指定する検索もキーワード検索全体の中で高い比率を占めている。これは知名度のある、あるいは利用者が認知している観光資源に関する情報を得るための通常の検索スタイルである。利用者は当該観光資源が和歌山県内に存在することを認識している可能性が高い。にもかかわらず地域キーワードの形式で指定する理由は、同一名の資源が他県にも存在した場合の絞り込みの効果を期待するケースや、利用者が習慣として地域名を入力するケースが考えられる。ちなみに、観光資源名で最も多かったのは「磯ノ浦海水浴場」で、分類9において22.1%を占めていた。これは後者のケースが考慮に値することの意味していると考えられ、興味深い。

地図関連(分類2)は必ずしも観光とは関係しないが、「地図」や「マップ」等を含んだ地域キーワードにより多くの利用者が当「和歌山観光情報」サイトに辿り着いていることから、観光情報の発信サイトにおいては十分に考慮すべき事項と考ええる。

観光関連語として観光（分類1）を指定した検索による訪問数は予想以上に少ないものであった。これは他の観光情報発信サイトでも多く用いられている用語であるため、この地域キーワードのみでは当サイトが検索エンジンの検索結果表示で上位を占めるに至っていないことも要因の1つだと考えられる。

地域名または地名（分類10）は、「和歌山」からさらにエリアを絞り込むために指定されたもので、利用者が興味をもつエリアの調査に役立つ。ちなみに、最も多かった地名は「磯ノ浦」で、分類10において29.6%を占めており、資源分類別の「レジャー」と組み合わせて指定されるケースが多かった。

資源分類別（分類3～8）の指定はキーワード検索時の利用者の絞り込み意図を明確に表したものであり、利用者の興味の対象の分析や情報サイト側でキーワードを考慮する際の参考となる。今回の分類方法だと「レジャー」に関する指定が多かった。以下、資源分類別に関して更に詳細に解析する。

(3) 資源分類別の詳細

キーワードによる検索は語句のマッチングにより行われるものであり、本来は一字一句の差異を厳密に区別すべきであるが、今回は概略の傾向を把握するために同種のカテゴリに属するものをグループ化した。各資源分類毎にその中の主要グループを表6に示す。なお、資源分類およびその中のキーワードグループはアクセス数の多い順に並べてある。

『レジャー』の中で「釣り」グループおよび「海水浴」グループに属するキーワードが多く指定されており、この殆どは「磯ノ浦」という地名との組み合わせとなっている。「飛び込み」グループや「ジェット船」グループに関しては必ずしも一般的な用語ではなく、既にこれら観光資源の存在を知っている利用者がむしろ固有名詞に近いものとして指定した可能性はあ

表6 資源分類毎の主要キーワードグループ

No.	観光関連語 (資源分類別)	キーワードグループ
1	レジャー	・釣り（釣り、キス釣り、ルアー等） ・海水浴（海水浴、海水浴場） ・飛び込み（飛び込みスポット、飛び込み岩） ・ジェット船（ジェット船、ウォータージェット） ・キャンプ（キャンプ、キャンプ場）
2	寺社・文化・遺産	・武家屋敷 ・寺社（神社、寺社仏閣、八幡宮、稲荷等） ・歴史（歴史、文化財、B29、遺跡、砲台等） ・人物（役行者、吉備真備、井原西鶴）
3	食・産物	・食（串柿、こんにゃく、クエ等） ・特産（渋墨、柿渋等）
4	自然・景観	・海（海、海岸、磯、砂浜等） ・川（溪谷、滝、水辺等） ・遊歩道 ・鍾乳洞
5	宿・施設	・温泉（温泉、大浴場） ・公園（公園、庭園） ・灯台（灯台、観光灯台） ・ダム
6	イベント	・祭り（まつり、笑いの祭り、和田祭り等） ・獅子舞

(出所：筆者作成)

るが、これら観光資源の存在を知らずに指定された場合は認知されるきっかけとなりうる。

『寺社・文化・遺産』における「武家屋敷」も固有名詞的に指定された可能性が高いが、上述の効果が期待できる。「寺社」グループに関しては多様な類似語によって指定されている。「人物」グループでは個々のアクセス数は少ないが、観光情報サイトにおいてコンテンツ中に人物名を含めることにより訪問数を増やす効果が期待できる。

『食・産物』では、かつらぎ町名産の「串柿」、「渋墨」の指定が多い。これらもほぼ固有名詞的に指定されているものと思われる。

『自然・景観』では「海」グループおよび「川」グループが多く、和歌山県の特徴が反映されている。「遊歩道」、「鍾乳洞」に関してはやはり固有名詞的に指定されているものと思われる。

『宿・施設』および『イベント』に関してはアクセス数としても少なく、顕著な特徴は見られない。『イベント』の「笑いの祭り」や「和田祭り」は観光資源名とした方が妥当かもしれない。

4. おわりに

今回のキーワード検索の解析は実験サイト「和歌山観光情報」のアクセスログに基づくものであるが、キーワード検索による当サイトへの訪問は検索エンジンの検索結果表示上の効果、すなわち検索エンジンにおける当サイトのランキング等が大きく影響する。今後は検索エンジンにおけるページランキング等との関連についての調査とともに、下記の解析が課題である。

- ・「和歌山」以外の地域キーワード
- ・地域キーワードによる検索のコンバージョンレート

なお、本来のコンバージョンレートは当該サイト訪問と実際の観光行動との比率であるが、当面の主観点をブランディングツールとしての効果を見ることに置き、サイト訪問とサイト内滞在時間やサイト内閲覧ページ数等との比率、すなわち利用者の閲覧意欲との比率として測る予定である。

受付日：2011年10月6日

受理日：2011年11月30日

